

# (3) 県立三本木高等学校

温泉×TCG

青森温泉コレクション



政策を考えた県立三本木高等学校の皆さんから、メッセージをいただきました！



秋元 孝志朗（1学年）

今回、高校生模擬議会に参加して、自分たちで青森県の未来を考えた提案を一から作るという、なかなか経験できないことをすることができました。青森県は温泉の源泉地数が多いことから、それを活かしたPRを行い、冬でも観光客を増やせるような提案を考えました。もし、この「温泉×TCG」が実現すれば、青森県も日本有数の観光地に仲間入りできると思います。今回の発表に向け、12人で試行錯誤しながら取り組む時間はとても良いものでした。普段、県内の話を友達としないので、もう一度自分たちの地域を考える良い機会になりました。

政策を考える上で、その案は現実的に可能なのか。自分も政治を行う立場に立ったかのように熱心に取り組むことができ、有意義な時間にする事ができて、良かったです。



磯崎 芽依（1学年）

模擬議会を通して、今まで自分が気付かなかった青森県の魅力や課題に気付くことができました。これからは、青森県の魅力を周囲に発信しつつ、未来を担って行く学生としての意識を持って生活していきたいです！！



金澤 あかり（1学年）

青森県の温泉の良さが広まれば良いなと思います。今日はとても貴重な体験をすることができました。AOC(青森温泉コレクション)が実現され、青森県の人口減少の課題に貢献できますように！



佐々木 華花（1学年）



きさき ひゅうが  
佐々木 彪我 (1 学年)

僕たちの提案した事業は、探究授業や毎日の話し合い活動のなかで「どうしたら自分たちの好きなトレカを青森県とつなげられるか」という何気ない一言から生まれました。最初は県内の特産品などを用いてPRしようという意見も出ましたが、話し合いが進むにつれ、日本有数の温泉地帯であることをPRすれば良いのではないかとなり提案をしました。青森県の未来について考えることはとても楽しく、お互いに意見を述べ合ったり、高め合いながら活動するのは、自分たちにとっても最高の経験になりました。12人で活動したこの期間は僕にとってかけがえのない一生の思い出になりました。このような機会を頂き、ありがとうございました。

この高校生模擬議会に参加して、普通の高校生活では体験することができない、議場で発表をするという貴重な体験ができました。また、この提案をするにあたって私たちの地元である青森県の長所を再発見でき、より青森県を好きになりました。この経験を活かし、愛する青森県の魅力をもっと他の人にも知ってもらえるように、自分でできることを探していきたいです。



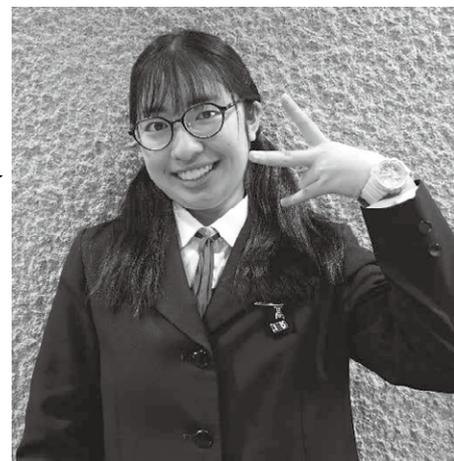
たかまつ あかり  
高松 惺 (1 学年)

この一連の取組を通して、青森県の課題を発見することができました。解決を図っていくためにも政治への参加や選挙活動への参加を積極的にしていこうと改めて感じました。これは今の若い世代に求められていることの一つではないかと思います。これからも青森県のニュースを始め、政治のニュースに興味を持ち、情報を得ていきたいです。



なみおか ののな  
浪岡 和花 (1 学年)

とても緊張してうまく話せるか不安でしたが、無事に発表することができて良かったです。普段なかなかすることができない大変貴重な経験になりました！！青森県をこれからより良くしていきたいです。



まいた はるか (1 学年)



まちや ゆいか  
町屋 結月 (1学年)

青森県の観光振興策についての発表を行いました。県全体を動かすかもしれない大きな活動と、若年層にとって身近であるトレカをどうつなげられるのかメンバー全員で考えていくことがとても楽しかったです。最終的に作り上げた提案を実際の議場で発表することができたのは、自分自身の成長につながったと思います。今後も、青森県がより良い県になるにはどうすれば良いか、考えていきたいです。

貴重な経験をさせてもらって嬉しかったです。  
今回の活動を通し、青森を再度見つめ直したことにより、さらに青森の課題や好きなどころを確認することができました。

青森のためにいろいろなことをしていきたい！！



わたなべ さふみ  
渡邊 沙文 (1学年)

## 自走と利他を備えた大人になるために

青森県立三本木高等学校  
山本 貴樹・鳥山 駿太郎

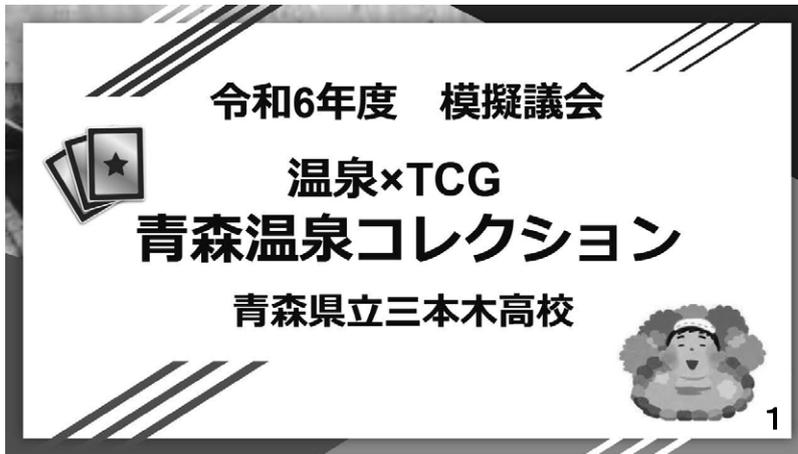
本校は上十三地区の重点校として、主に大学進学を目指す生徒が集まっており、将来は県内外においてリーダーとして社会を牽引できる人材の育成を目指しています。しかしながら、近年は入学者が定員を満たさない状況が続いており、少子化・人口減少の現状を肌で感じております。

そのような中で、今年度1学年として、自ら考えて行動する「自走」、その上で、他者への利益や貢献も目指す「利他」の二つをテーマとして掲げ、そのためにまずは現代社会が抱える様々な問題を理解し、その問題の解決のためにどのように向き合っていくか、そのために何を身につけていかなければならないかを理解し思索する機会を増やそうと考えました。実際、一人ひとりの生徒と接すると、みな志高く、問題意識や課題、目標を持っていることも分かりましたが、それをどこでどのように学んでいくかについてはまだ手をこまねいている様子でした。そこで、その問題意識や課題を自分なりに追求してもらおうと、放課後の時間を使い、自分の持つ課題について考えたことや行ったことを発表し合う「RESEARCH CLUB」という活動を企画しました。この活動は教員がお膳立てして外部活動に参加させるというようなものではなく、生徒が自ら考えたことを実践・共有する場として設定したものです。この活動のまとめを年末に成果発表会として実施したところ、17チームが3時間にわたる発表をするなど、一定の成果が得られました。生徒は、ほんの少しのアドバイスと自らの考えを発表する機会を設定しさえすれば、思いもかけない力を見せてくれるのだと感じました。

この事業に参加させていただくにあたり、本校は学年全体でグループワークを行いました。その中から発表したい生徒を募ったところ、12名の生徒が手を挙げてくれました。発表まで2カ月もない短い期間で、課題設定、データ収集、スライド資料作成、発表練習などほとんど生徒の手によって仕上げられたことは生徒の成長をととても心強く感じました。このように生徒により進められた要因としては、前述の「RESEARCH CLUB」の取組に加え、夏季休業中に実施した、青森県広報広聴課主催の「出前トーク」、青森県教育委員会が進める「あおもり創造学」での学びが相乗効果をもたらしたものだと考えています。

実際に発表してみて、まだまだ自分たちの政策案が未熟であることを自覚し、多様な視点が欠かせないことを学んだことと思います。実施後の振り返り会でも、県議会議員の先生方に対して臆することなく意見を述べ、生徒は多くのことを学ぶことができたと感じております。今後は、更に広い視野、深い考察により、知見を深め、将来の青森県を引っ張っていきける「人財」になってほしいと願っています。

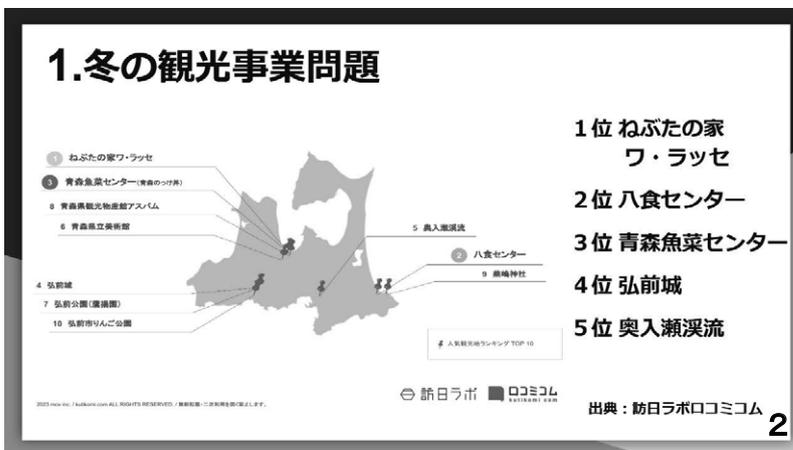
「準備は大変だったけど楽しかった。」帰りのバスの中で生徒達の会話から漏れ聞こえた言葉です。話を聞くことが楽しい、そして参加することが楽しい政治の場が次世代の若者達によって更に形作られて行くのだと期待します。



私たちが提案する政策は、「温泉×トレーディングカード 青森温泉コレクション」です。  
 よろしくお祈いします。



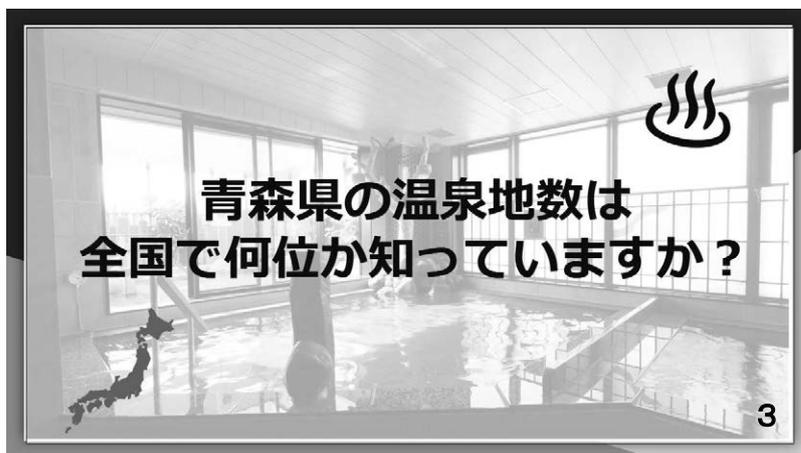
私たちが青森県の課題を話し合った際に、最も関心があったのが観光事業でした。



この資料は、青森県の人気観光スポットランキングTOP5です。  
 ここからわかるように、青森県の観光事業にはたくさんの魅力がありますが、季節によって観光資源に偏りがあり、特に冬の観光資源が少ないことが課題なのではないかと考えました。



そこで、年間を通じた観光資源の1つとして、私たちが普段から利用している温泉施設を活用できないかと考えました。



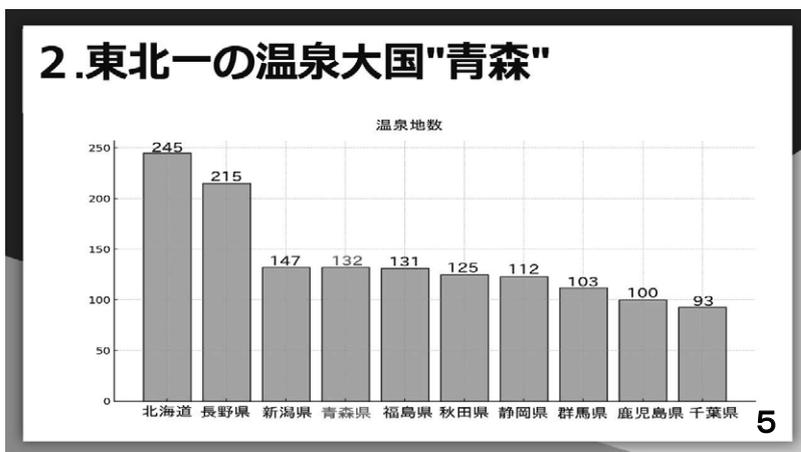
ところで青森県の温泉地数は全国で何位か知っていますか？

驚くかもしれませんがその数はなんと…。



全国第4位になります。これは有名な温泉地として知られる別府温泉がある大分県、箱根温泉がある神奈川県よりも多いことになります。

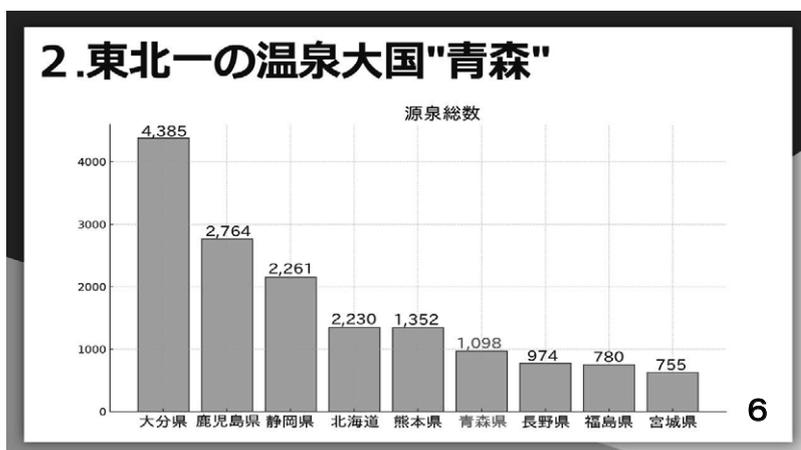
このことから、温泉は青森県の観光資源に成り得ることがわかります。



このグラフは、全国の温泉地数のランキングです。

1位の北海道と青森県を含む上位5県は、青森県と同じように降雪量が多く、「雪国」と呼ばれる地域です。

このような地域では、冬に特に冷え込むからこそ、温泉でその寒さを癒すため、温泉地数が多いのではないかと考えました。



こちらは源泉地数のランキングです。ここでも青森県は全国6位と高い順位に位置しています。

このことから、青森県は温泉に秀でた県であり、観光資源として活かすならば、温泉が最適だと言えるでしょう。

### 3.日本の入湯税の税収入状況 出典：日本温泉教会「温泉名人」

	都道府県	市町村	主な温泉地	入湯税収入額 (単位:千円)
1	神奈川県	箱根町	箱根温泉郷	約6億8000万円
2	静岡県	熱海市	熱海	約4億4000万円
3	北海道	札幌市	定山溪	約4億円
4	栃木県	日光市	鬼怒川・川治・湯西川・奥鬼怒	約3億8000万円
5	静岡県	伊東市	伊東	約3億5000万円

・・・  
ランク外

青森県はランク外!!!!!! 7

次に日本の入湯税の税収入状況を見ると、青森県は温泉が多い割に税収は伸びていないことが分かります。

これは青森県の長所をうまく活用できていないからではないかと考えました。

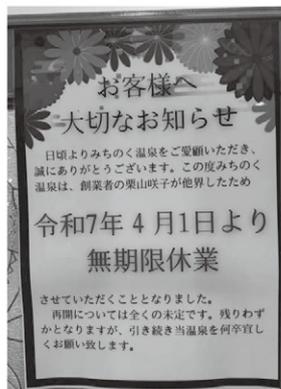
実際に先ほど挙げた有名な温泉地がある県は、税収入が多いことがわかります。



このまま収入を増やす取組を行わなければ、青森県の温泉文化は廃れてしまうのではないのでしょうか。

ここで、そのことが懸念される事例について紹介したいと思います。(7)

### 4.後継者不足の現状



8

十和田市民に愛される温泉の1つである「十和田みちのく温泉」は、後継者不足に伴い、令和7年4月1日より無期限休業を発表しました。

このように後継者不足の影響で温泉がなくなってしまうと、自宅からの距離が近いとの理由で通っていた常連客の足は温泉から更に遠のき、温泉利用者数が減ってしまうかもしれません。



この事例は、青森県の温泉経営における後継者不足問題が現実のものとして起こった一例です。

このままでは、青森県内の他の温泉も後継者不足により無くなってしまう危険性があると思います。(8)



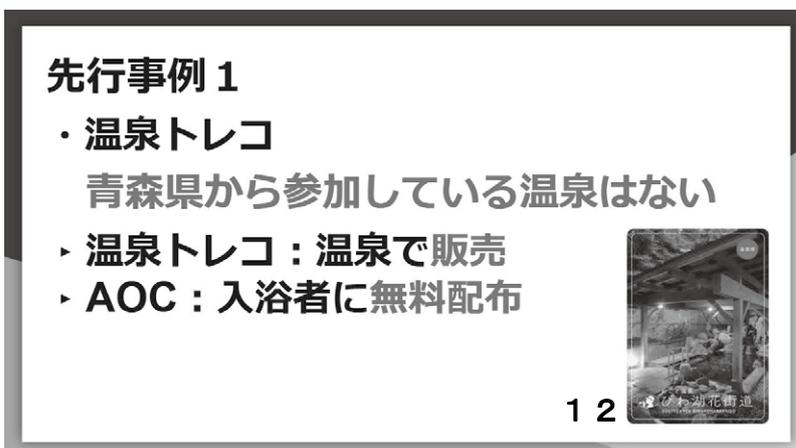
私たちは、青森県の長所である温泉を守るため、温泉利用者を増やし、収入を増加させる必要があると考えます。



私からは、先ほどの課題に対する解決策の提案として、温泉とトレーディングカードをコラボさせた事業「青森温泉コレクション」について説明します。



「青森温泉コレクション」とは、青森県各地にある温泉施設のトレーディングカードを作成し、その温泉を利用してくれた人に配布することで、温泉施設のPRへつなげるという事業です。



ここで3つの先行事例を紹介したいと思います。

1つ目は2023年から始まっている株式会社TORECOが運営する「温泉トレコ」です。

しかし、青森県からこの事業に参加している温泉施設はないため、この事業の効果は限定的なものに留まってしまっていると思います。



私たちは「温泉トレコ」が有料であり、入浴料のほかにお金をかさねなければならないというハードルの高さが事業効果を限定している理由なのではないかと考えました。

そこで、青森温泉コレクションでは温泉トレカを無料で配布し、事業効果の拡大につなげたいと考えています。  
(11)

**先行事例 2**

- ・ 漁師カード
- ・ スナックママカード



13



出典：青森県庁ホームページ

続いての事例です。  
漁師カードは、全国でも有名になり、青森県の漁業や水産物が注目される切っ掛けとなりました。また、大鰐温泉では、スナックママカードが注目を浴び、地域活性化に貢献した実例もあります。



カードにして配布することで、チラシで配るといった方法などよりも宣伝効果が大きいと考えます。(13)

- ・ 先行事例 3
- ・ 温泉ステッカー



14

**→話題と大きな経済効果を生んだ**

最後に温泉ステッカーの事例について紹介します。  
こちらのステッカーは、話題と大きな経済効果を生みました。青森県民から見た「温泉の身近さ」と「風呂道具を車内に積んでいる」という独特の文化が、この事業の成功の要因になったのではないかと考えました。



青森温泉コレクションにおいても、青森県民の温泉の身近さと文化を活用し、私たちの温泉トレカが更に温泉を生活の一部にする切っ掛けになると思います。(14)

青森温泉コレクション 15

**【AOCを通して温泉利用者を増やす】**

- ・ 温泉利用者にトレカを無料配布
- ・ 利用者のコレクション欲求を掻き立てる

例：○○温泉のトレカが欲しい！  
○○温泉に行ってみよう！



この事業の目的は2つあります。

1つ目は、青森温泉コレクションを通して温泉利用者を増やすことです。

温泉トレカを入浴者に無料配布することで、温泉利用者のコレクション欲求を掻き立て、普段利用しない温泉施設へ足を運ぶ切っ掛けにしてもらえると考えています。



さらに、この事業を行うことで、今まで温泉を利用しなかった人もこの温泉トレカを貰うために利用してもらうことや、自分の持っている温泉トレカを他の人に紹介することで、これまで知られていなかった温泉の利用も見込めると思います。

**【後継者不足の解消に寄与】**

- ・ トレカを活用して  
若者に温泉に興味を持ってもらう

⇒温泉経営の高齢化・後継者不足問題解消へ



16

2つ目の目的は、後継者不足の解消に寄与することです。

一般的なトレカのファン層は20代から30代です。この温泉トレカを通して、普段温泉を利用しない年齢層に温泉に興味を持ってもらうことができると思います。そして、そこを足がかりに温泉経営者の高齢化に伴う後継者不足解消にもつなげることができると考えています。

No.20



**十和田市**  
天然温泉掛け流しの宿  
**ホテルポニー温泉**

◎ 源泉名 **十和田ポニー温泉**  
◎ 効能 特効薬、リウマチ、関節痛、腰痛、冷え性、高血圧、美肌

露天風呂	サウナ	泉質	泉温
なし	あり	弱アルカリ性単純温泉	42.0℃

お湯に浸かるとツルツルになれる。ポニー温泉でしか体験できないツルツルしたお湯。露天風呂やサウナもあり体の疲れを癒すのに最適。どんな疲れも吹っ飛んでいく。

17

私からは、この提案の具体的なイメージと考えられる効果について説明します。

まずは試作したカードですが、カードの表側には浴槽の写真を取り入れ、浴室内の光景が分かるようにしました。



裏面には、その温泉の効能などの詳細情報を記載することで、このトレカを見るだけで行った時の記憶がよみがえらせることができるようにしました。(17)

No. 19



**十和田市** 天然温泉 **紅葉の湯**

Data

◎ 源泉名 **千歳森温泉**  
◎ 効能 五十肩や冷え性、肩凝り腰痛の癒し、疲労時の回復、精神安定など(抜粋)

露天風呂	サウナ	泉質	泉温
あり	あり	アルカリ性単純温泉	46.7℃

疲れた時にのんびり入るとすごくリラックスできます～!!茶碗風呂ではあまりの気持ちよさについつい寝そうになる事も……?!

18

2枚目は紅葉の湯の温泉トレカです。

説明の最後に、この2枚の温泉トレカを作成した高校生から感想を発表してもらいます。

▶ 事業の効果

高校内でアンケートをとる



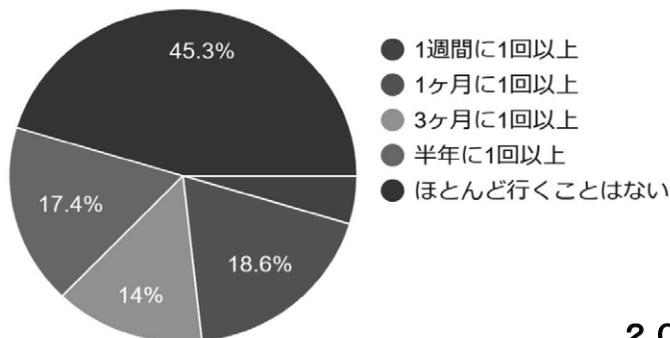
- 1.温泉に行く頻度
- 2.この事業があったら温泉に行きたいか

19

そして、この事業の効果を調べるため、三本木高校内でグーグルフォームを活用し、アンケートを取りました。

アンケートでは、「温泉の利用頻度」と「この事業があったら温泉に行きたいと思うか」について調べました。

### Q1.温泉の利用頻度はどれくらいですか？



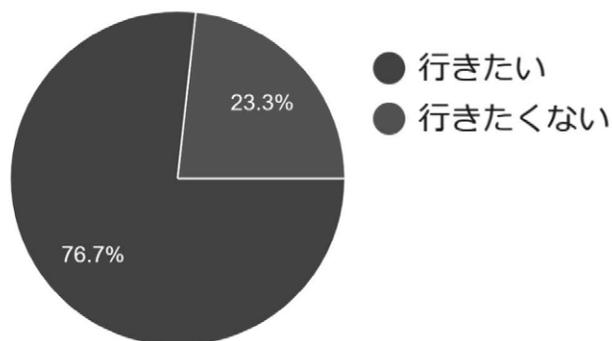
20

1つ目の質問「温泉の利用頻度」についての結果がこちらです。

「ほとんど行くことがない人」が約半数、「半年に1回以上行く人」が約2割、合わせておよそ4分の3の高校生が、日本人の平均である年3.45回よりも温泉に行っていないことがわかります。

このアンケート結果から高校生の温泉離れを読み取ることができます。

### Q2.AOC事業があったら温泉に行ってみたいと思いますか？



21

2つ目の質問の「青森温泉コレクション事業があったら温泉に行きたいか」についての結果がこちらです。

全体の4分の3以上の高校生がこの事業があることで温泉に行きたいと思うという結果になりました。



この結果から、青森温泉コレクション事業を行うことで、普段温泉に行かない人が温泉に行く切っ掛けになったり、また、普段温泉に行く人も別の温泉に行ったりする効果が十分にあるといえると思います。(21)

### ▶ 温泉トレカの汎用性

#### 例) 温泉トレカ×消防団員

→こちらも後継者不足が問題になっている  
消防団員の認知も広がる

**青森県全体の繋がりを深める**



続いて、この温泉トレカのはん用性について紹介したいと思います。

この温泉トレカは、地域のほかのコミュニティともコラボレーションをすることが可能です。例えば、青森県内各地にいる消防団員に温泉のレビューを書いてもらい、温泉トレカの裏面に記載することで、温泉だけでなく、同じく高齢化や後継者不足が深刻な消防団への認知も広がり、関心も深まると思います。

22



このように温泉経営と同じく、後継者不足問題を抱えるコミュニティに相乗効果を与え、青森県全体のつながりを深めることができると考えました。(22)

青森温泉コレクション  
**【AOC事業導入によるメリット】**

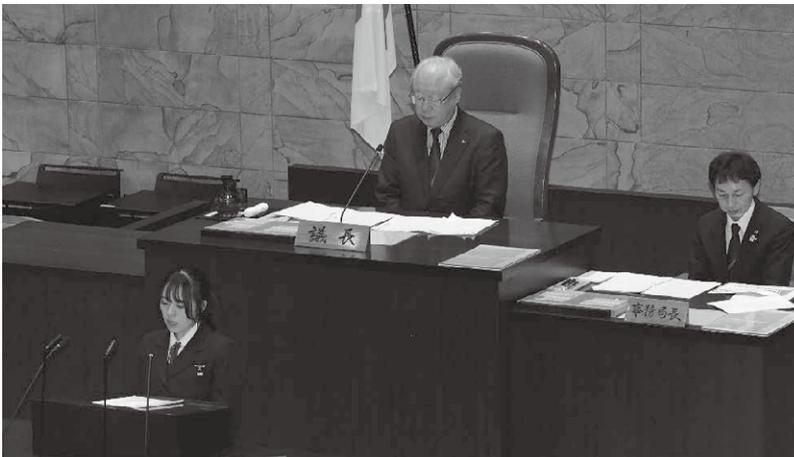
- 1.温泉の多さを観光として生かす
- 2.温泉経営の後継者不足解消へ
- 3.後継者不足であるコンテンツの認知に繋げる



2 3

最後に、この青森温泉コレクション事業の導入によるメリットをまとめてみたいと思います。

1つ目は、あまり意識されていない青森県の良さである温泉の多さを観光として活かすことができること。2つ目は、トレーディングカードという若者に人気のあるコンテンツを活用することで、温泉に行く機会や関心を増やし、魅力を知ってもらうことで温泉の後継者不足解消につなげることができること。



3つ目は、地域のさまざまな業種ともコラボレーションが可能のため、同じく後継者不足で悩むコミュニティの認知度向上につなげることができることです。



私たちは温泉トレカを試作しました。十和田市にあるポニー温泉と紅葉の湯で取材を行いました。ポニー温泉を取材した生徒は、1ヶ月に1回ほど温泉に行くそうですが、今回このトレカを作るにあたって、これまでは気にしていなかった温泉効能や成分に興味を持ったそうです。カードに記入してある情報は、より意識して読んでもらうことができるため、宣伝効果も高くなると思うと言っていました。



私は紅葉の湯に行き、温泉トレカを作成しました。また、この温泉トレカの活用方法についても考えました。例えば、最近流行している「さまざまな場所で、推しグッズと一緒に写真を撮る。」という推し活のように、この温泉トレカも写真を撮ってSNSなどに投稿してもらおうことができると思います。そして、その投稿は県内外への温泉の宣伝にもつながると思います。



また、温泉トレカが複数枚集まった際に、集めたトレカからランダムに1枚選び、その日行く温泉を決めるという楽しみ方もできると思います。

このように「見る・撮る・集める」のさまざまな面から楽しめる事業だと思います。



まだ意識されていない青森県の魅力である温泉の多さを活かし、青森全体を盛り上げることができる青森温泉コレクション事業をぜひ取り入れていただけませんか？



以上で県立三本木高校の提案を終わります。御清聴ありがとうございました。

● おおさわ 大澤 としひこ 敏彦 議員（自由民主党）

（大澤議員）



青森県は、現在、インバウンドなどで観光客がどんどん増えておりますけれども、皆さんが今回ご提案された冬の観光においては、まだまだ活性化をしていかないと考えております。

今年は特に大雪であります。冬の観光は雪を活用するという部分も多少ありますけれども、多くはこれがネックになっているのではないかと感じております。しかし、今日ご提案された東北でもトップクラスの温泉に注目されたということは、素晴らしいと思いつながり聞いておりました。

県内の利用者は当然であります。それに加えて、県外の観光客も呼び寄せることが必要だと考えております。やはり活性化を図るためには人を増やさなければならぬと考えておりますので、この温泉カードを全国に広めるためには、どのような工夫と取組が必要だとお考えかをお伺いいたします。

（答弁）



一度に全国に行き渡らせることは難しいと思われまので、一つ一つ積み重ねていくことが必要だと考えます。たとえば、岩手県や秋田県境付近の温泉地でポスター等を使って紹介する。また、青森から東京方面などへ青森県生産品を運ぶトラックにステッカーを貼って宣伝することを検討してはどうかと考えています。

（大澤議員）

ありがとうございました。

ぜひ、この青森県の温泉が全国に広まることを願っております。また、若い人達の温泉ファンが増えていくことを期待しております。

私達も、今日のご提案を参考に今後の議会活動に活かしていきたいと思つます。

今日は、本当にありがとうございました。

（工藤議員）



私の地元であります八戸市には朝風呂文化がございまして、朝にお風呂に入ってから仕事場に行くという習慣があります。これを10年ほど前に観光商品として売り出そうということで、まず朝風呂に入り、八戸市の各地の観光スポットを巡るという企画がありました。しかし、そちらの方も10年経つと落ち着きを見せてきています。

今回のご提案に関しましても、そのようなアプローチの一つとして、新しいものであると感じながらお話を伺っておりました。また、ご提案の中には漁師カードやスナックカードもありました。こちらもトレーディングカードゲームとしてゲーム性を持たせることで、コレクション欲を刺激することができるのではないかと考えております。

その中で、ご質問させていただきたいと思えます。巷のトレーディングカードゲームにはプレミアムカードやレアカードがありますが、この温泉カードにもプレミアムカードを作る予定はないのでしょうか。また、仮に作るとしたらどのような条件を達成したときに、どのようなプレミアムカードがもらえるのかをお伺いいたします。

（答弁）



プレミアムカードは、文字を金色にして高級感を出したり、カード全面にホログラム加工を施して、レア感を出したりするなどの工夫をし、受け取った方が一目でプレミアムだと認識できるデザインにしたいと考えています。

プレミアムカードを配布する条件としては、この事業のハッシュタグを作り、インスタグラムやフェイスブック、エックスなどのSNSでハッシュタグを付けて投稿してもらった場合や、利用者が少ない時期や時間帯に利用してくれた場合を考えています。

また、食のイベントや地域の祭りなど、県内のさまざまなイベント会場で温泉カードの宣伝を行い、そこでプレミアムカードを配布することで、他の業種にも関心を持ってもらうことができると考えています。

（工藤議員）

ありがとうございました。

温泉には、秘湯とか隠れた名湯といった、そういったレアな温泉というものがあります。そのようなものをレアな温泉カードとするのも良いのではないかと私なりに思いつきました。また近年、動物であったり、乗り物を擬人化しキャラクターにすることが流行しており、そういったこともカードに応用ができるのではないかと考えたりもしました。

いずれにいたしましても、非常に応用性のある、可能性が広がる事業であると感じました。ぜひともこの温泉のカードの実現に向けて、また、それ以外のさまざまな皆様方のアイデアも実現できるように、私も個人の立場として今後とも頑張っていきたいと思えます。

本日はありがとうございました。

(田端議員)



どうぞよろしくお願いいたします。

今日の三本木高校の皆さんの提案は、高齢化や少子化の進展で本当に大変な思いをしている地方の大きな課題に挑む一つの提案だったと思っています。とりわけ、青森県は人口流出数が多い県であります。

今回の皆さんの若い感覚による提案は、本当に面白いなと思いました。この取組では温泉の後継者不足対策と同時に、他の後継者不足対策へも応用できるということで、その一つに消防団員の後継者不足対策を取り上げたことも、意外で面白いと思いました。先ほどの説明でも、応用できる範囲をもっと他にも広げられるというお話もありました。

このほかの応用先としてどのようなものをお考えられているのかお伺いします。

(答弁)



カードにQRコードなどを盛り込み、温泉地周辺のおすすめ観光スポットやグルメ情報なども紹介し、温泉地周辺にも新たな観光客を呼び込みたいと考えています。近くの景勝地や美術館、商業施設、レストランなどを紹介することで、周辺施設の知名度を上げることができれば、新たな収益にもつながっていくのではないかと考えています。例えば、スライドで紹介したもみじの湯に隣接している食事処「奥入瀬」は、天ぷらやお蕎麦、カツカレーなどさまざまなメニューがあり、すべておいしいです。

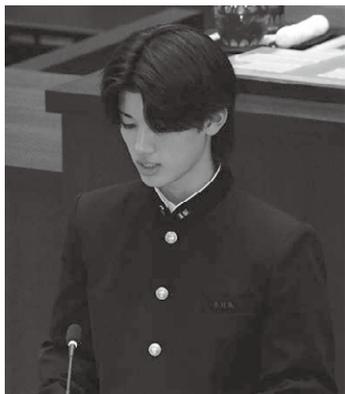
「おすすめは唐揚げ定食です。」などと紹介してみるといいと思います。温泉だけではなく、周囲のお店の売り上げアップにも貢献できると思います。

(田端議員)

観光を切り口にして、県外からも、それから若い人たちを呼び込むという提案だと思います。さまざまな応用ができるということを改めて感じました。

人口問題については、私たちの世代よりも、皆さんの時代になると、より深刻な問題になると思っています。私も皆さんとともに、この青森県を持続可能な地域にしていくという視点で頑張っていきたいと思っていますので、どうぞよろしくお願いいたします。

（質問）



私たちは、今回の政策提案にあたり入湯税の税収入の状況に着目しました。折しも、令和5年4月10日には、昨今の原油価格高騰等を背景に450円から480円への公衆浴場入浴料金の統制額の改定が行われたところです。

そこでお尋ねします。この統制額の改定により、青森県における入湯税の税収入状況はどのようになっていますでしょうか。また、青森県では、原油価格上昇に伴う一般公衆浴場への支援策は行っていますか。

続いて、今回、私たちは温泉とトレーディングカードを組み合わせた温泉振興策を考えました。しかし、私たちには実際に事業を構築・運営した経験がないため、これで本当にうまくいくのかが自信がありません。そこでお尋ねをしたいのですが、成功事例である青森県の観光政策課の三上さんが考案した「風呂道具 IN CAR」を成功させるために苦労した点や工夫した点を踏まえ、私たちの政策がうまくいくためにはどうすれば良いか、青森県の意見を聞かせて下さい。

#### ●財務部 市町村課

（市町村課長）



まず、入湯税についてその概要を説明したいと思います。入湯税は環境衛生施設の整備、観光の振興に要する費用などに充てることを目的として市町村が課税する税金であり、またその用途が特定されている、いわゆる「目的税」です。しかしながら、利用料金が一定額以下の場合には課税を免除している市町村も多いことなどから、課税免除となっている方も含めた入湯税の納税義務者数等について、詳細がわかる統計や調査は現在ないところです。

その上で、県内市町村の入湯税の税収合計について申し上げますと、令和5年度は1億7千8百万円余で令和4年度の1億4千7百万円余を上回っています。これは、新型コロナウイルス感染症の影響により落ち込んでいた温泉宿泊客数等が回復してきていることによるものと考えられます。

以上を踏まえて考えてみると、入湯税の税収については、必ずしも利用者数の増減のみに左右されるものではなく、市町村の制度設計やその運用によって大きく異なってくると言えます。そうした意味においても、統計調査の結果を検討材料の一つとする際には、その定義や性質などを十分に踏まえることも大切になってくると思います。

続いて、一般公衆浴場への支援策についてです。まず、一般公衆浴場は、地域住民の入浴機会の確保等を図る観点から物価統制令に基づき、知事が定めた統制額を上限とする範囲内で入浴料金を設定することとされています。

そのため、一般公衆浴場は、光熱水費等の物価上昇分を入浴料金に全額あるいは直ちに転嫁することが制度上も困難であり、昨今の物価高騰の影響をより大きく受けていることから、県では、令和5年度に一般公衆浴場に対して支援金を給付したところです。

なお、物価高騰が現在も継続していることから、県では、状況を十分見極めながら、更なる支援の必要性について、引き続き、検討を進めていくこととしています。

●観光交流推進部 観光政策課

(観光政策課長)



当課の三上主査からは、苦勞した点としては、ステッカーの配布や販売を依頼した温泉によっては、風呂道具を車に積んでいることが当たり前すぎて、「どこがおもしろいのか」といった反応をする人がいたことを挙げていました。

また、工夫した点は、試作品を作成し配布したところ、SNS上で話題となり、商品化を求める声が多数集まったことから販売が決まりました。

さらに、ステッカーを貼ることが温泉に行きたくなる機運醸成となっていることや、ステッカーの売上の一部は「青森県公衆浴場業生活衛生同業組合」に寄附される仕組みとしたことなどで、ステッカーを販売する温泉だけでなく、温泉業界全体が利益を得られるようになっていることが、風呂道具ステッカーがうまく展開できた理由と考えられます。

皆さんから提案があった温泉トレーディングカードが成功するためには、温泉をはじめとする関係者と連携して展開していくことや、利用者の視点から課題を洗い出し、ブラッシュアップしていくことが重要であると考えられます。

